

2. Дурович, А.П. Основы маркетинга: пособие / А.П. Дурович. – Минск: Тетра-Системс, 2009. – 236 с.

3. Антонова, С.Г. Редакторская подготовка изданий: учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков и др. – М.: МГУП, 2002. – 468 с.

Ирина Петрусевич

Учреждение «Редакция районной газеты «Голас Касцюкоўшчыны»

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОФОРМЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Сегодня отмечается стремление многих региональных печатных изданий уйти от привычных стандартов в оформлении. Данная тенденция обусловлена желанием достичь большей визуальной выразительности, что отвечает требованиям современного читателя. Тем более что республиканские печатные издания всегда идут в ногу со временем и, периодически обновляя дизайн, остаются интересными и привлекательными для целевой аудитории не только своим контентом, но и визуально-графическим оформлением. В таких условиях районные газеты должны быть конкурентоспособными, дабы не потерять подписчиков по причине «невзрачности» и «старинного формата».

Рано или поздно, но редизайном начинают заниматься все районные газеты. Другой вопрос, что далеко не всем удастся достичь желаемого результата. Причина тому банальна – отсутствие элементарного вкуса и чувства меры. Вроде дизайнер-верстальщик поработал, изменил прежнее оформление, однако новое не стало лучше. Эффектной и главное – не такой как все – газета может стать только в том случае, если редакционный коллектив, изучив оформление других изданий, разработает четкую концепцию дизайна своей газеты, начиная от логотипа и завершая выбором наиболее удачных шрифтов для заголовочных комплексов, текстов, рекламно-информационных материалов.

При разработке дизайна районной газеты «Голас Касцюкоўшчыны» ставка была сделана на «воздух» и «легкость». Для достижения этого эффекта текстовые колонки верстаются без выравнивания по правой стороне, заголовочные комплексы также размещаются слева над текстом. Увеличились межстрочные интервалы, да и сам шрифт стал более легким и визуально «удобным». На газетных полосах появились так называемые «белые пятна», которые также являются графическими элементами и позволяют создавать визуальные акценты. Отсутствие линеек, рамок, обрамляющих материалы, внесло дополнительную легкость. С этой же целью черный цвет не используется в 100-процентном варианте, предпочтение отдается 60–80 %.

Переход на полноцветную печать региональных газет – своевременный и очень важный шаг. Цвет расширяет творческие и технические возможнос-

ти дизайнера-оформителя, а газетные полосы приобретают яркость, насыщенность, реалистичность. Фотографии в цвете, иллюстрации в цвете – все отвечает действительности, все так, как мы видим в жизни. Однако важно, чтобы цветовое композиционное решение было грамотным и сдержанным. Использование цвета должно быть дозированным и сочетаемым между собой. В идеале – не более трех цветов и их оттенки. В противном случае, а таких газет немало, приходится видеть все цветовое разнообразие на одной полосе: все заголовки разным цветом, рамки и подложки тоже. Безвкусице недопустимо в оформлении печатных изданий. Это отталкивает и раздражает читателя. Это говорит о непрофессионализме газетчиков, которые порой не знакомы с таким понятием, как знаковая система визуальных средств коммуникации.

Продумывая концепцию своего издания, необходимо четко представлять целостную модель, в основе которой лежат графические элементы. Так, композиционное решение полосы зачастую предопределяется наличием текстовых материалов и фотоснимков. Здесь при верстке важно соблюсти ритм и равновесие, использовать симметрию и асимметрию. Следует избегать излишней плотности в размещении материалов и фотоиллюстраций, что делает газету нечитабельной и непрезентабельной.

Эффектно и выигрышно смотрится на газетных полосах различного рода инфографика. Используя ресурсы БелТА или выполнив свою авторскую инфографику, можно в лаконичной графической форме преподнести читателю материал любой тематики. Сегодня такой формат подачи информации удобен в связи с тем, что позволяет максимально экономить время читателей и одновременно подавать только самую суть проблемы или вопроса без «лишних» слов. «Какое автомобильное кресло выбрать для ребенка?», «Что такое суши и с чем их едят?», «Как уберечься от интернет-мошенничества?» – эти и многие другие темы раскрывают в районной газете «Голас Касцюкоўшчыны» журналисты и дизайнеры-оформители. Минимум текста, максимум креативности. В итоге вербальная информация визуально воспринимается просто и легко. Создание инфографики – интересный и занимательный творческий процесс для дизайнера-оформителя, а ее изучение или «прочтение» для любого человека станет приятным и познавательным времяпрепровождением.

Использование фотоснимков, а равно и их качество, зачастую вызывает недоумение. Однотипные снимки на одной полосе или даже в развороте можно увидеть во многих газетах. Портретные, крупный план, взгляд исключительно в камеру, герои снимка что-то держат в руках – особенно присущи региональным печатным изданиям. Не радует и изобилие снимков, причем неинтересных, не несущих информационной нагрузки. При формировании газетной полосы – и особенно это относится к первой полосе – важно опреде-

лять, какой снимок будет украшать газету. Пусть он будет один, но «живой», экспрессивный, наполненный светом и энергией. Да, добиться такого качества фотографии нелегко, но это приходит, если у человека есть стремление и желание делать уникальные снимки, а не банальную «штамповку».

Фотоснимок в газете – значимый визуальный элемент. Он так же, как и заголовок, может и привлечь внимание читателя к статье, и оттолкнуть. Поэтому, если снимок неудачный, лучше отказаться от его размещения вообще. От этого газета только выиграет.

Безграничные ресурсы интернета сегодня позволяют активно использовать в оформлении газетных полос различные иллюстрации. Дозированное применение рисунков, визуально «поясняющих» тему повествования, позволит избежать монотонности и монохромности в печатном издании. Следует избегать лишних, ненужных элементов, которые вносят дисгармонию и нарушают системность.

Немаловажно придерживаться тематической целостности на газетных полосах. Недопустимо размещение разноплановой информации на одной странице (например, о еде и заболеваниях).

Современные региональные печатные издания все больше используют информацию утилитарного назначения, интересную, развлекательную, полезную. Те же кроссворды, гороскопы, календари стрижек и прочее, востребованы читателями любого социального статуса и возраста. Важно помнить, что при оформлении газеты визуальные элементы вкупе с информационной составляющей должны представлять собой целостную модель. Смелое, экспрессивное, не лишенное лоска и вкуса в оформлении печатное издание никогда не утратит популярности у своей читательской аудитории.

Александр Петрушенко

Белорусский государственный университет

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАБОТЕ РАЙОННОЙ ПРЕССЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Медиаиндустрия как самая динамично развивающаяся сфера деятельности человека позволяет активно внедрять передовые достижения науки и техники в области информационных технологий (ИТ). По мнению исследователя Э. Тоффлера, именно внедрение постоянно совершенствующихся ИТ открывает новые возможности в экономической и политической жизни всех без исключения стран и в значительной мере определяет социально-политический, культурный и научный ландшафт современного мира [8, с. 27].

Создание нового публичного пространства – глобальной сети, повсеместная дигитализация информации, глобализация коммуникационных сетей, качественное изменение технологий передачи и хранения информации